

ОРГАНІЧНЕ АГРОВИРОБНИЦТВО УКРАЇНИ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

АРТЕМЕНКО Л.Б.

кандидат економічних наук, доцент,

доцент кафедри економіки та фінансів

Тернопільський національний технічний університет імені Івана Пулюя,

м. Тернопіль, Україна

На сьогоднішній день органічне виробництво позиціонується як модний загальносвітовий тренд та взірцева збалансована модель сталого розвитку з позицій наявності низки явних екологічних, економічних та соціальних переваг, що притаманні цій сфері діяльності. Підвищення вимог до якості сільськогосподарської продукції зумовлено, з одного боку, процесами забруднення довкілля, застосуванням синтетичних хімікатів у виробництві. А з іншого – зростанням екологічної свідомості населення, бажанням споживачів, прихильних до ведення здорового способу харчування та фінансово спроможних, споживати біологічно цінні та корисні продукти. Система життєдіяльності окремо взятої особи покликана забезпечувати належний фізичний, соціальний та екологічний стан, вагома складова якої – споживання органічного продовольства. Ми поділяємо думку С. Антоненко, що, екологізація землеробства визначає інтелект нації, оскільки, як харчування екологічно безпечними продуктами, так і проживання в екологічно чистому природному середовищі значною мірою впливає на спроможність мислення [1,с.148].

Із 2015 року органічний ринок набув статусу пріоритетного напрямку розвитку аграрно-продовольчого сектору України. Враховуючи його перспективність та динамічність, Міністерство аграрної політики до 2020 року визначило такі орієнтири: до 5% - зростання частки сільськогосподарських угідь, що сертифіковані до органічних стандартів, до 3 % – органічної продукції, що

відповідає статистичним показникам розвинених європейських країн [2]. Такі завдання ґрунтуються, в першу чергу, на наявності ресурсної бази, оскільки наша країна займає 20 місце в світі і 11-е в Європі за загальною площею сільськогосподарських угідь, сертифікованих як органічні, 7 місце в світі серед країн-виробників органічних зернових та бобових, 5 – олійних культур, 10 – овочів [3], що засвідчує вагомий потенціал органічної сфери. Представимо позитивні та негативні особливості органічної продукції.



Рис. 1. Особливості вирощування органічної агропродукції

Джерело: сформовано автором

Отже, органічне виробництво можна трактувати як багатофункціональну систему господарювання, яка забезпечує збалансований стан екосистеми, охорону здоров'я, соціальні інтереси споживачів, регіональний розвиток та зайнятість трудових ресурсів. Основний компонент її – це виробництво натуральної продукції з високими біологічно цінними якостями та оздоровчими властивостями з метою забезпечення здорового харчування населення країни.

Україна досягла значних здобутків з вирощування органічних культур, а саме: діють спільні проекти із Швейцарією, Німеччиною, Австрією, Канадою, Нідерландами; створена система сертифікації органічної продукції, яка забезпечується за міжнародними стандартами спеціалізованим органом «Органік Стандарт»; створена достатньо розгалужена мережа різних громадських організацій, які популяризують безпечну продукцію, такі як Федерація органічного руху України, «Асоціація учасників біовиробництва «БІОЛан Україна», Львівська міська громадська організація «Екотера», громадська спілка «Український органічний кластер»; із 2017 року започаткувалися традиції проведення міжнародних конгресів «Органічна Україна». Із 2 серпня 2019р. буде введено в дію Закон України «Про основні принципи та вимоги до органічного виробництва, обігу та маркування органічної продукції», за яким заборонено застосовувати пестициди, консерванти, штучні ароматизатори та барвники, генетично модифіковані організми, гормональні добавки. Також передбачено використання уніфікованого державного логотипу з написом «organic», що означатиме вміст не менше ніж 95% органічних інгредієнтів. За даними «Органік стандарт», станом на березень 2019 року в Україні налічується 617 операторів органічного виробництва, більшість з яких –

сертифіковані в галузі рослинництва (324), у тваринництві – лідерські позиції займає бджільництво [4].

Вітчизняний внутрішній ринок органіки має міцні конкурентні переваги та перспективи посилення свого ринкового сегменту на світовому ринку. Тому аграрії усвідомлюють, що формування такої ніші дозволить виробляти ексклюзивний товар з високою доданою вартістю. Якщо першим органічним продуктом в 2007 році була гречка, то на сьогоднішній день в Україні виробляється понад 400 найменувань продукції. У перспективі планується розширити асортимент – випускати іміджеві лінійки товарів під гаслом «Смачнюсики з користю»: пасти на основі органічного меду, батончики з горіхами і медом, протеїнові добавки з ядрів коноплі, збір трюфеля. Найпотужніші із фірм представимо у таблиці (таб.1).

Таблиця 1. Топ-10 виробників органічної агропродовольчої продукції в Україні

Назва фірми	Спеціалізація
1. Світ Біо ("Либідь-К")	яйця, козине молоко та овочі
2. Золотий Пармен	яблука, соки, круп'яні культури
3. Mol'far	кипрійний чай
4. Органік мілк ("Галекс-агро")	молоко, м'ясо та мед
5. Етнопродукт	м'ясо та молоко
6. Екород ("Органік Оригінал")	борошно, вівсяні пластівці, гречка, пшоно, манка, квасоля, кавуни
7. Сквирянка	гречка, вівсянка, кукурудзяна крупа, борошно та пластівці
8. Organico ("Каспер")	соняшникова, лляна, ріпакова, рижієва нерафінована олія холодного віджиму
9. LiQberry	ягідна паста
10. Liluck	березовий сік

Джерело: сформовано за [5].

Тернопільська область також внесла свій доробок в органічний сектор. Однією із перших на ринку з'явилася продукція під брендом «Синьківський ярмарок» у Заліщицькому районі, де задіяне сучасне голландське обладнання та впроваджено передові ізраїльські технології вирощування органічних овочів. У проекті «Органічна корзина», який стартував наприкінці 2015 року, область представлена такими фірмами як «Лисоня Біо» (молочні продукти) та «Жива земля Потутори» (трав'яні чаї, пряні трави та спеції). Інвестором останньої виступила асоціація «Жива земля Швейцарії». Господарство спеціалізується у трьох напрямках – вирощування трав, рослинництво та молочне скотарство.

Проте, не зважаючи на вище зазначений достатній потенціал у забезпеченні необхідного рівня продовольчої безпеки, внутрішнє споживання такої продукції залишається на досить низькому рівні. На жаль, специфіка поки що полягає у тому, що домінує експортна орієнтація (понад 80% усієї виробленої продукції). Близько 25 % потенційних споживачів проживають у столиці України, 10% – в обласних центрах, понад 65% із них мають середній і вище середнього дохід [6].

Така ситуація пояснюється:

- ✓ По-перше тим, що ключовим обмежуючим фактором розширення такого бізнесу є високі стартові інвестиції. Так, за розрахунками Organic Business School, полікарбонатна теплиця площею 10 соток може приносити рентабельність в 50 % і окупитися за 1,5–2 роки, але собівартість її будівництва досягає близько 1 млн. дол. США на 1 га [7, с.123]. Одночасно і сертифікація досить фінансово затратна (для прикладу, 1 га суниці коштуватиме орієнтовно 12 тис. грн. з ПДВ).
- ✓ По-друге, попит на органічну продукцію сформований у економічно розвинутих країнах, де утворився прошарок населення, яке не тільки прагне споживати корисну та здорову для людського організму їжу, але й спроможне платити вищу ціну за її екологічну чистоту. Враховуючи той факт, що сукупні видатки національних домогосподарств на харчування у

2018 р. становили 50% за граничного показника 60 % [8], переорієнтація на споживання такої продукції представляється неможливою, оскільки пріоритети населення лежать в площині низького платоспроможного попиту, тому лише підняття рівня оплати праці може створити дієвий мотиваційний механізм.

- ✓ По- третє, розвиток органічного сектору ускладнюється внаслідок того, що такий метод господарювання відновить родючість ґрунтів й урожайність культур лише протягом декількох років, а традиційний – забезпечує віддачу протягом одного сезону.
- ✓ По- четверте, як свідчить зарубіжний досвід, у стимулюванні виробників органічних продуктів провідна роль належить фінансово-економічним заходам державної підтримки різного рівня й напряду дії (державні дотації, субсидування частки витрат на виробництво органічної продукції, пільги з оподаткування, страхування посівів, грантове фінансування, тощо).

На нашу думку, у системі утвердження і розширення органічного господарювання в Україні потрібно виробити комплекс заходів, а саме:

1. Забезпечити організаційно - фінансову підтримку з боку держави з метою стимулювання екогосподарств.
2. Створити умови цінової доступності таких продуктів для різних соціальних груп населення шляхом підвищення рівня життя населення.
3. Проводити систематичний і оперативний моніторинг умов реалізації органічного сектору з метою своєчасного виявлення та аналізу проблем.
4. Здійснювати просвітницьку PR - компанію, яка спрямована на формування суспільної обізнаності щодо переваг споживання органічної продукції та налагодження комунікацій виробників зі споживачами (рекламні заходи, спеціалізовані виставки, круглі столи, проведення екскурсій на такі фірми, тощо).

Підсумовуючи вищесказане, можна констатувати, що враховуючи реальні можливості такого напрямку господарювання та з метою зміцнення конкурентних позицій підприємств аграрного сектору, Україна потребує нових шляхів нарощування темпів виробництва екопродукції, оскільки має всі умови стати справжнім світовим «органічним хабом». Для вирішення окреслених завдань необхідно сформулювати концептуальні засади адаптивної моделі державного мотивування суб'єктів господарювання органічної сфери. Її переваги створять позитивний синергетичний ефект, що забезпечить: якісне продовольство та підтримку здоров'я нації, використання екологічно орієнтованих інноваційних технологій виробництва, підвищення рівня зайнятості та добробуту сільського населення, що загалом буде сприяти відновленню агроландшафтів.

Використана література

1. Антоненко С.С. Теоретичні і практичні основи системи органічного землеробства. Природне агровиробництво в Україні: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 22-23 жовтня 2015. – Дніпропетровськ: РВВ ДДАЕУ, 2015. – 460 с.
2. Краснопольський Я. Розвиток органічного виробництва - пріоритетний напрямок роботи Мінагрополітики. – 2016. URL: <http://minagro.gov.ua/node/20863>.
3. У рейтингу європейських виробників органіки Україна посідає 11 місце. Суперагроном. – 2018. URL: <https://superagronom.com/news/5701-u-reytingu-yevropeyskih-virobnikiv-organiki-ukrayina-posidaye-11-mistse>
4. Український проект бізнес-розвитку плодоовочівництва (UHBDP). - 2019. URL: <https://uhbdp.org/ua/news/project-news/1892-v-ukraini-vzhe-617-operatoriv-orhanichnoho-vyrobnytstva-i-popyt-na-orhanichnu-produktsiiu-strimko-zrostaie>

5. Пирожок О. Хто в Україні виробляє справжню органічну продукцію. Економічна правда. – 2019. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2019/04/3/646613/>
6. Про виробництво та обіг органічної сільськогосподарської продукції: Закон України від 3.10. 2013 № 425-VII. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/425-18>.
7. Органік бізнес-довідник України. / За ред. Н. Прокопчук (FiBL), Т. Зігг (FiBL), Ю. Власюк (FiBL). – К.: ФОП Михайло Лесін, 2014. – 406 с. URL: http://www.ukraine.fibl.org/fileadmin/documentsukraine/UKRAINE_ORGANIC_BUSINESS_DIRECTORY_part2.pdf.
8. Державна служба статистики України. – 2019. URL: www.ukrstat.gov.ua